

Югозападен университет „Неофит Рилски“

СТАНОВИЩЕ

от проф. д-р Йорданка Христова Йовкова,

член на научно жури в конкурс за заемане на академична длъжност

ДОЦЕНТ, обявен от ЮЗУ „Неофит Рилски“ в ДВ, бр.64/05.08.2014г.

Относно: научната, научно-приложната и професионално-академичната дейност и продукция, представена от участника в конкурса

Кандидат №1: единствен участник в конкурса - гл. ас. д-р Вяра

Василева Кюрова

I. Обобщени данни за научната продукция и дейността на кандидата

Гл. ас. Вяра Кюрова е завършила висшето си образование в ЮЗУ „Н. Рилски“ през 2000 г. През 2011 г. защитава докторска дисертация. Март-април 2013 г. и юли-август 2013 г. провежда краткосрочни специализации във Висшето бизнес училище към Университета, Вирджиния и в Лудвиг – Максимилиан университет, Мюнхен.

През 2005 г. постъпва като асистент в ЮЗУ „Н. Рилски“, където работи и до момента (понастоящем като главен асистент).

Във връзка с участието си в конкурса за заемане на академичната длъжност „доцент“ по научна специалност „Маркетинг (Маркетинг в предприемаческата дейност)“, гл. ас. В. Кюрова е представила 29 научни публикации, включващи 1 самостоятелна монография, 8 учебници и учебни помагала – в съавторство, за което са представени разделителни протоколи; 14 статии, от които 4 – в чужбина и 6 доклада, от които 3 изнесени на конференции в чужбина.

Освен това за периода 2012 – 2014 г. гл. ас. д-р Кюрова е участвала в 4 университетски проекти и в 2 проекта по Европейски програми.

Сред научните публикации на гл.ас. д-р Вяра Кюрова с особено значение се отличава монографията „Маркетинг в предприемаческата дейност“. Представеният монографичен труд е посветен на актуална тема, отнасяща се до особеностите на същността, управлението и оценката на маркетинговата дейност за предприемаческия бизнес. В рамките на цялото изследване, което включва увод, три глави, заключение и библиографска справка, особено впечатление прави избраният икономически подход към предприемачеството и следователно и към маркетинга в предприемаческата сфера; изведената концепция за управление на маркетинга в предприемаческата сфера предвид особеностите на предприемаческата дейност и опитът да се даде оценка на маркетинговата дейност в сферата на предприемачеството чрез анализ, осъществяван в два разреза – на предприемаческия бизнес като цяло и на маркетинговата дейност в тази сфера. В изследването коректно са представени мнение и постановки на български и чуждестранни автори като същевременно се откроява и собственото мнение на автора.

С положителни моменти и резултати се характеризира конкретното емпирично изследване, представено в трета глава на монографичния труд. Важен момент в него заемат собствените изчисления на автора въз основа на данни от анкетно проучване и разбира се, икономическата интерпретация на резултатите.

Трета глава е структурирана в две точки като първата представя развитието на предприемаческия бизнес в България за периода 2004 – 2012 г., а втората е посветена на анализ на маркетинговата дейност на предприемаческия бизнес. Авторът предлага съвкупност от характеристики и показатели, резултат от критичен анализ и обобщаване, за характеризиране и оценка на маркетинговата дейност. Наред с показатели като дял на иновативни предприятия, прираст на иновативни предприятия (общо и по сфери на дейност), дял на предприятия с нови и

усъвършенствани продукти, дял на предприятия, участващи в клъстери, дял на разходи за експортна (импортна) дейност, силен момент се явява определянето на маркетинговия потенциал на предприятието.

Казаното характеризира монографичния труд на гл. ас. д-р Кюрова като завършен научен продукт, с постижения в теоретичен и практико-приложен план, характеризиращ автора си като изграден изследовател.

Специално внимание заслужават учебниците и учебните помагала, в разработването на които е участвала гл. ас. д-р Кюрова. Те са 8 на брой и по наименованието, което е и наименование на съответните учебни курсове, съответстват на тематиката на конкурса (вкл. частите, с които участва кандидатката). Участието на гл. ас. Кюрова в разработването на учебници и учебни помагала я характеризира и като изграден отговорен преподавател, който полага успешни усилия за информационното обезпечаване на учебния процес.

Статиите и докладите на гл.ас. д-р Кюрова, вкл. издадени и в чуждестранни издания, показват, че тя се фокусира удачно и целенасочено към проблематиката, в областта на която е обявения конкурс. Освен това, чрез тези публикации изследванията на гл.ас. д-р Кюрова достигат до заинтересованите целеви групи (извън студентската аудитория) в страната и чужбина. За това свидетелстват и относително многобройните цитирания на гл.ас. д-р Кюрова (общо 48, от които 7 – в чужбина).

В заключение може да се каже, че научната продукция на гл.ас. д-р Кюрова е напълно достатъчна в количествено отношение и притежава необходимите качествени характеристики.

II. Оценка на научните и практическите резултати и приноси на представената за участие в конкурса творческа продукция

Основните резултати и приноси моменти, открояващи се в творческата продукция на гл. ас. д-р Кюрова могат да се обобщят в следните:

- ❖ систематизиране, доразвитие и обогатяване на икономическата теория, свързана с философията на маркетинга като предприемаческа дейност; с избора на концепция за управление на маркетинга на предприемаческия бизнес; с анализа на външната и вътрешна среда, в рамките на които се осъществява маркетинговата дейност на предприемаческите структури и др.п.;
- ❖ задълбочен критичен анализ (резултат) и обогатяване на методологията на анализа на външната и вътрешната среда и особено на определянето на маркетинговия потенциал на предприемаческите структури;
- ❖ макар и не напълно систематизирано в рамките на емпиричния анализ на предприемаческия бизнес в област Благоевград и в Югозападния район е формирана и апробирана съвкупност от показатели за характеризирание и оценка на маркетинговата дейност на предприемаческия бизнес, вкл. външно-търговската дейност и са предложени реализируеми насоки за подобряването ѝ;
- ❖ разработени са проблеми, изследващи връзката качество на организацията и управлението на предприемачеството в туризма → роля на бенчмаркинга → дистрибуционна и комуникационна политика → маркетингов потенциал → конкурентоспособност (трудове 2.8, 3.3, 3.4, 3.7 и др.);
- ❖ изследвани са проблеми на потребителското поведение (потребителски нагласи, мотивация и др.) в контекста на поведенческата икономика (конкретно за алтернативния туризъм) и във връзка с влиянието, което подходите на поведенческата икономика могат да окажат върху подобряване на маркетинговата дейност на предприемаческия бизнес, а също и върху разширяването на обхвата на културния туризъм (наред с другите

фактори, обуславящи качеството на маркетинга в сферата на културния туризъм).

Като обобщение формираните приноси допълват и обогатяват теорията, методологията, съществуващите знания и доказват възможности за практическа реализация с потенциален икономически ефект, както и за включване в преподавателската дейност. Гл. ас. д-р Кюрова има достатъчно дълъг преподавателски стаж. Преподава учебни дисциплини, свързани с темата на конкурса. Изнасяла е лекции на чуждестранни студенти в ЮЗУ по линия на програма „Еразъм“. В момента е научен ръководител на двама докторанти. Има редица обществени ангажменти, които изпълнява отговорно.

III. Критични бележки и препоръки

Към всяка научна продукция могат да се отправят редица бележки и препоръки и да се поставят въпроси. В случая:

1. Авторът би могъл да изясни по-дълбоко кои са икономическите причини, поради които понятието „предприемачество“ се свързва най-вече с МСП.
2. Считаю, че не е правилно понятието „иновация“ да се нарича показател (стр. 155).
3. Интерес би представлявало да се очертаят общите моменти и различията между анализите: на външната среда; на вътрешната среда и SWOT-анализа. И съответно на това – границите на тяхното приложение.
4. Авторът би могъл да изрази мнението си по отношение на идеите на някои маркетингози, които разширяват маркетинговия микс до „пет Р“, а някои – дори и до „7Р“.

Направените бележки нямат влияние върху общата положителна оценка на творческата продукция на гл. ас. д-р Кюрова, а са по-скоро с характер на идеи за по нататъшната ѝ работа.

IV. Заключение

Гл. ас. д-р Кюрова има достатъчен преподавателски стаж, много добри преподавателски постижения и необходимата аудиторна заетост. Научната ѝ продукция е достатъчна в количествено отношение и съдържа теоретико-методологични и практико-приложни положителни резултати и приноси. Тя съответства на изискванията на ЗРАСРБ, на Правилника за приложението му и на Правилата на ЮЗУ „Неофит Рилски“ за заемане на академични длъжности.

Комплексната ми оценка за преподавателската и научно-изследователската работа на гл.ас. д-р Кюрова е изцяло положителна. Подкрепям убедително кандидатурата на гл. ас. д-р Кюрова за заемане на академична длъжност „доцент“ в ЮЗУ „Неофит Рилски“ гласувам положително и да предлагам на Факултетния съвет на Стопанския факултет на ЮЗУ да избере гл. ас. д-р Кюрова за „доцент“ по научна специалност „Маркетинг (Маркетинг в предприемаческата дейност)“.

14.11.2014 г.

Благоевград

Изготвил становище:

(проф. д-р Йорданка Йовкова)